

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan disertai dengan data hasil olahan penulis mengenai pengaruh *store atmosphere* yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap Niat Beli Ulang di *Coffee Shop 88 Nostalgia*, penulis mendapatkan hasil kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1 *Store Atmosphere*

Dalam variabel *store atmosphere* terdapat beberapa dimensi yaitu *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* yang berpengaruh terhadap Niat Beli Ulang Konsumen, Berikut merupakan kesimpulan yang didapat oleh penulis:

5.1.1.1 Tingkat Daya Tarik Desain Dari Bangunan Luar *Coffee Shop 88 Nostalgia*

Ditemukan bahwa sebanyak 46,74% responden memiliki persepsi yang positif terhadap desain bangunan luar di *coffee shop 88 Nostalgia*, hal tersebut dapat terjadi karena desain dari bangunan *coffee shop 88 Nostalgia* yang unik memiliki konsep nuansa kedai kopi kecil seperti di Jepang.

5.1.1.2 Tingkat Ketersediaan Tempat Parkir di *Coffee Shop 88 Nostalgia*

Ditemukan bahwa sebanyak 87,00% responden memiliki persepsi yang positif terhadap tempat parkir di *coffee shop 88 Nostalgia*. Hal tersebut terjadi dapat karena lahan parkir *coffee shop 88 Nostalgia* bergabung dengan area ruko sehingga memiliki lahan parkir yang luas untuk konsumennya.

5.1.1.3 Tingkat Pencahayaan di *Coffee Shop 88 Nostalgia*

Ditemukan bahwa sebanyak 40,25% responden memiliki persepsi yang negatif mengenai pencahayaan di *coffee shop 88 Nostalgia*. Hal tersebut dapat terjadi karena

responden merasa terlalu remang-remang atau kurangnya pencahayaan di *coffee shop* 88 Nostalgia saat di malam hari.

5.1.1.4 Tingkat Kebersihan di *Coffee shop* 88 Nostalgia

Ditemukan bahwa sebanyak 37,65% responden memiliki persepsi yang negatif mengenai kebersihan di *coffee shop* 88 Nostalgia. Hal tersebut terjadi karena masih terdapat sampah dedaunan kering yang berserakan di sekitar ruko dan karena lantai pada bagian *outdoor* merupakan bebatuan atau krikil sehingga sampah seperti abu rokok, rokok dan plastik masih suka terlihat di sela-sela bebatuan atau krikil. Saat sedang hujan, air masuk beberapa bagian di *outdoor* yang menyebabkan sebagian meja dan bangku menjadi basah dan kotor. Selain itu, posisi tempat sampah berada dekat di bagian *outdoor* dan tidak memiliki penutup yang menjadikan bagian *outdoor* menjadi tidak bersih.

5.1.1.5 Tingkat Kesesuaian Musik yang Dimainkan Dengan Selera Konsumen di *Coffee Shop* 88 Nostalgia

Ditemukan bahwa sebanyak 36,35% responden memiliki persepsi yang positif terhadap kesesuaian musik yang diputarkan. Hal tersebut terjadi karena lagu yang diputarkan di *coffee shop* 88 Nostalgia merupakan lagu-lagu yang terkini dan sesuai dengan suasana di *coffee shop* 88 Nostalgia. Namun, walaupun lagu yang diputarkan kekinian dan sesuai dengan nuansa, lagu yang diputarkan sering kali diputarkan berulang kali dengan volume yang terlalu kecil dan lagu suka berhenti dengan jeda waktu yang lumayan lama.

5.1.1.6 Tingkat Kesejukan Ruangan di *Coffee Shop* 88 Nostalgia

Ditemukan bahwa sebanyak 67,53% responden memiliki persepsi yang negatif terhadap kesejukan di *coffee shop* 88 Nostalgia. Hal tersebut dapat terjadi karena area *indoor* di *coffee shop* 88 Nostalgia yang terlalu panas.

5.1.1.7 Tingkat Kemudahan Pembayaran di *Coffee Shop 88 Nostalgia*

Ditemukan bahwa sebanyak 89,6% memiliki persepsi yang negatif terhadap pembayaran di *Coffee Shop 88 Nostalgia*. Hal tersebut dapat terjadi karena sistem pembayaran di *coffee shop 88 Nostalgia* dapat menggunakan uang tunai dan *e-wallet* yang dapat memudahkan dan mempercepat proses pembayaran di *coffee shop 88 Nostalgia*.

5.1.1.8 Tingkat Kebersihan Toilet di *Coffee Shop 88 Nostalgia*

Ditemukan bahwa 41,55% responden memiliki persepsi yang negatif terhadap kebersihan toilet di *coffee shop 88 Nostalgia*. Hal tersebut terjadi karena masih ada sampah tissue yang berserakan di area toilet dan terkadang muncul bau yang tidak sedap di dalam toilet.

5.1.1.9 Tingkat Kecepatan Wi-fi di *Coffee Shop 88 Nostalgia*

Ditemukan bahwa 42,85% responden memiliki persepsi positif terhadap kecepatan wi-fi di *coffee shop 88 Nostalgia*. Namun, walaupun jaringan wi-fi di *coffee shop 88 Nostalgia* cepat beberapa responden masih mengeluhkan terkadang jaringannya masih suka lambat bahkan sampai terputus.

5.1.1.10 Tingkat Kelebaran Jarak Antar Meja di *Coffee Shop 88 Nostalgia*

Ditemukan bahwa 51,03% responden memiliki persepsi yang negatif terhadap jarak antar meja di *coffee shop 88 Nostalgia*. Hal tersebut terjadi karena konsumen merasa tidak nyaman akan jarak kelebaran antar meja dan kursi yang terlalu berdekatan dan meja yang terlalu kecil. Hal tersebut mengakibatkan minimnya ruang gerak untuk konsumen dan membuat konsumen merasa pegal karena bangku yang tidak nyaman.

5.1.1.11 Tingkat Tata Letak Meja dan Bangku di *Coffee Shop 88 Nostalgia*

Ditemukan bahwa 61,03% responden memiliki persepsi yang negatif terhadap tata letak meja dan bangku di *coffee shop 88 Nostalgia*. Hal tersebut terjadi karena tata letak

meja dan bangku yang terlalu berdekatan yang memberikan kesan sempit dan tidak rapi saat ramai pengunjung di *coffee shop* 88 Nostalgia.

5.1.1.12 Tingkat Kemudahan Akses ke Toilet di *Coffee Shop* 88 Nostalgia

Ditemukan bahwa 75,31% responden memiliki persepsi yang negatif terhadap akses ke toilet di *coffee shop* 88 Nostalgia. Hal tersebut dapat terjadi karena letak toilet yang berada di belakang *coffee shop* 88 Nostalgia atau diluar area ruko yang menyebabkan konsumen harus keluar terlebih dahulu dari area ruko jika ingin ke toilet.

5.1.1.13 Tingkat Rak Display atau Etalase di *Coffee Shop* 88 Nostalgia

Ditemukan bahwa 35,06% responden memiliki persepsi yang negatif terhadap rak display atau etalase di *coffee shop* 88 Nostalgia. Hal tersebut terjadi karena hiasan pada rak display kurang menarik dan kurang variatif atau membosankan bagi para konsumen.

5.1.1.14 Tingkat Kerapian Barang Pajangan Pada Rak Display atau Etalase di *Coffee Shop* 88 Nostalgia

Ditemukan bahwa nilai kerapian atas persepsi konsumen terhadap rak display dan etalase di *coffee shop* 88 seimbang. Walaupun rak display terkesan membosankan atau kurang variatif namun penataan di rak display sudah cukup rapi bagi para konsumen.

5.1.1.15 Tingkat Keinginan Konsumen Untuk Datang Atau Membeli Ulang Kembali Produk di *Coffee Shop* 88 Nostalgia

Ditemukan bahwa 46,74% responden tidak ingin datang atau membeli ulang kembali produk di *coffee shop* 88 Nostalgia. Hal tersebut dapat terjadi karena beberapa faktor dari store atmosphere, seperti *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*.

5.2 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen

5.2.1 Hasil Uji Pengaruh Hipotesis Penelitian

H1: *Exterior, General Interior, Store Layout* dan *Interior Display* secara bersamaan berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen. Hipotesis 1 **DITOLAK** karena terdapat 2 variabel yang berhubungan yaitu variabel *Exterior* sebesar 0,283 dan *Interior Display* sebesar 0,137 sedangkan 2 variabel yang tidak berhubungan yaitu variabel *General Interior* sebesar 0,01 dan *Store Layout* sebesar 0,034, sehingga terdapat perbedaan antara variabel.

H2: Terdapat perbedaan pengaruh antara *Exterior, General Interior, Store Layout* dan *Interior Display* terhadap niat beli ulang konsumen. Hipotesis 2 **DITERIMA** karena dari hasil selisih B tidak ada angka yang menunjukkan selisih = 0.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil olahan data menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif tentang pengaruh store atmosphere terhadap niat beli ulang, maka penulis memiliki saran untuk *coffee shop* 88 Nostalgia sebagai berikut

1. *General Interior*

- **Pencahayaan di *Coffee shop* 88 Nostalgia**

Saat ini penerangan di *coffee shop* 88 Nostalgia masih kurang pada bagian *outdoor* yang terasa remang-remang atau gelap. Pihak *Coffee shop* 88 Nostalgia dapat menambahkan lampu pada bagian *outdoor* sehingga pengunjung merasa nyaman dan tidak merasa remang-remang serta dapat memudahkan kegiatan operasional. Selain menambahkan lampu, *coffee shop* 88 Nostalgia juga dapat menggunakan jenis lampu yang dapat diubah intensitas cahayanya secara manual, sehingga intensitas cahaya dapat diatur sesuai dengan suasana yang dapat menambahkan kenyamanan pengunjung.

- **Kebersihan di *Coffee Shop 88 Nostalgia***

1. Persepsi konsumen pada area *coffee shop 88 Nostalgia* masih terasa tidak bersih karena masih terdapat sampah pada bagian *outdoor* seperti abu rokok, rokok, sampah plastik dan dedaunan kering. Hal tersebut dapat terjadi karena lantai di area *coffee shop 88 Nostalgia* berupa krikil yang sulit untuk dibersihkan karena sampah masuk ke bawah krikil yang menyebabkan sulit untuk dibersihkan. Pihak *coffee shop 88 Nostalgia* perlu lebih memperhatikan kebersihan di bagian *outdoor* terutama pada bagian lantai dengan cara membuat jadwal rutin untuk membersihkan lantai krikil atau bebatuan di *coffee shop 88 Nostalgia*. Selain itu, *88 Nostalgia* dapat merubah lantai pada bagian *outdoor* menjadi berbahan kayu agar mudah dibersihkan dan desain dari lantai masih sesuai dengan nuansa Jepang.
2. Pada area *coffee shop 88 Nostalgia* dan area ruko masih terdapat sampah dedaunan yang berserakan yang membuat *coffee shop* terlihat tidak bersih, jika pihak ruko tidak memiliki jadwal pembersihan yang rutin untuk area ruko, pihak *88 Nostalgia* dapat membuat jadwal secara rutin untuk pembersihan dibagian area ruko agar konsumen nyaman saat sedang berkunjung ke *coffee shop 88 Nostalgia*.
3. Pengunjung juga mengeluhkan ketika hujan air masuk kedalam sebagian *outdoor* yang mengotori bagian meja dan bangku di *coffee shop 88 Nostalgia*. Pihak *coffee shop 88 Nostalgia* dapat menambahkan tirai *outdoor* yang transparan sehingga ketika hujan air tidak masuk dan mengotori bagian meja dan bangku.
4. Tempat sampah di *coffee shop 88 Nostalgia* terlalu berdekatan dengan area *outdoor* dan tidak memiliki tutup tempat sampah, hal tersebut menyebabkan area sekitar *coffee shop 88* menjadi lebih kotor. Pihak *coffee shop 88 Nostalgia* dapat memindahkan tempat sampah yang jauh dari jangkauan area *outdoor* dan memberikan penutup untuk tempat sampah tersebut.

- **Kesesuaian Musik di *Coffee Shop 88 Nostalgia***

Walaupun musik yang diputar di *coffee shop 88 Nostalgia* sudah cukup baik, namun konsumen masih mengeluhkan sering kali lagu yang diputar secara berulang kali dan lagu suka berhenti tiba-tiba dengan jeda yang lama. *Coffee shop 88 Nostalgia* dapat membuat *playlist* yang banyak agar lagu tidak diputar berulang kali, selain itu, *playlist* dapat diperbaharui setiap 3 hari sekali agar lagu yang diputar memiliki variasi dan tidak diputar berulang kali. Pihak *coffee shop 88 Nostalgia* juga harus mengecek jika lagu yang diputar berhenti tiba-tiba, agar nuansa di *coffee shop 88 Nostalgia* terjaga dengan baik.

- **Kesejukan Ruangan di *Coffee Shop 88 Nostalgia***

Mayoritas pengunjung mengeluhkan suhu *indoor* di *coffee shop 88 Nostalgia* terlalu panas dan membuat pengunjung tidak nyaman. Pihak *coffee shop 88 Nostalgia* dapat membuat jadwal servis berkala untuk pendingin ruangan agar pendingin ruangan bekerja dengan baik dan membuat para pengunjung nyaman untuk berkunjung di *coffee shop 88 Nostalgia*.

- **Kebersihan Toilet di *Coffee Shop 88 Nostalgia***

Pengunjung masih mengeluhkan tentang kebersihan toilet dan mencium bau yang tidak sedap di *coffee shop 88 Nostalgia*. Hal tersebut dapat terjadi karena masih ada sampah tissue yang berserakan di lantai sertra lantai yang kurang bersih dan tidak adanya pewangi di dalam toilet. Pihak *coffee shop 88 Nostalgia* dapat membuat jadwal secara rutin untuk membersihkan bagian toilet. Selain itu, toilet dapat ditambahkan pewangi dan memperbesar ventilasi di bagian toilet agar aroma toilet lebih wangi.

- **Kecepatan Wifi di *Coffee Shop 88 Nostalgia***

Koneksi di *coffee shop 88 Nostalgia* sudah cukup baik, namun masih ada pengunjung yang mengeluhkan kestabilan akan koneksi di *coffee shop 88 Nostalgia*. Pihak *coffee shop 88 Nostalgia* dapat menambahkan *wifi extender* yang

berfungsi untuk memperkuat jaringan, wifi *extender* dapat disimpan di setiap sudut tempat yang jauh dari jangkauan *router* wifi. Sehingga setiap tempat memiliki koneksi wifi yang stabil.

2. *Store Layout*

- **Kelebaran Jarak Antar Meja dan Bangku di *Coffee Shop 88 Nostalgia***

Kelebaran jarak antar meja dan bangku di *coffee shop 88 Nostalgia* dirasa masih kurang oleh pengunjung karena jarak antar meja dan bangku terlalu berdekatan yang membuat minimnya ruang gerak pengunjung dan menjadi sempit. Pihak *coffee shop 88 Nostalgia* dapat memindahkan jarak antar meja dan bangku agar saling tidak berdekatan dan dapat menambah ruang gerak pengunjung. Selain itu, beberapa pengunjung juga mengeluhkan tentang bangku yang terasa pegal, bangku tersebut dapat di ganti dengan bangku yang memiliki senderan dan busa agar konsumen merasa nyaman ketika sedang duduk.

- **Tata Letak Meja dan Bangku di *Coffee Shop 88 Nostalgia***

Tata letak dari meja dan bangku di *coffee shop 88 Nostalgia* dirasa terlalu berdekatan oleh pengunjung pada bagian *outdoor* maupun *indoor*. Pihak *coffee shop 88 Nostalgia* dapat mengubah *layout* keseluruhan agar tata letak dari meja dan bangku tidak saling berdekatan dan memiliki kesan yang rapi.

- **Kemudahan Akses ke Toilet di *Coffee Shop 88 Nostalgia***

Akses ke toilet dirasa sulit oleh para pengunjung, karena pengunjung diharuskan keluar terlebih dahulu dari luar ruko jika ingin ke toilet. Karena letak toilet persis berada di belakang area *coffee shop 88 Nostalgia*, pihak *coffee shop 88 Nostalgia* dapat memindahkan akses pintu masuk toilet tersebut ke dalam area *coffee shop 88 Nostalgia*, sehingga memudahkan konsumen jika ingin ke toilet tanpa perlu keluar dari area ruko terlebih dahulu.

3. *Interior Display*

- **Rak Display di *coffee shop* 88 Nostalgia**

Rak display di *coffee shop* 88 Nostalgia masih kurang menarik, hal tersebut terjadi karena pajangannya yang kurang variatif. Pihak *coffee shop* 88 Nostalgia dapat mengganti atau bahkan menambahkan *display* dengan ornamen nuansa Jepang agar sesuai dengan desain keseluruhan *coffee shop* 88 Nostalgia yang memiliki konsep nuansa Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusnandar, B. V. (2022, Agustus 10). *Makanan dan Minuman Jadi Kontributor Terbesar PDB Sektor Industri Kuartal II-2022*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/makanan-dan-minuman-jadi-kontributor-terbesar-pdb-sektor-industri-kuartal-ii-2022>
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. (2018, Februari 9). Speciality Kopi Indonesia. *Warta Ekspor*.
- Mahmudan, A. (2022, Juli 9). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021?* Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>
- Lee, W. S. (2018, 4 Oktober). Attributes of the coffee shop business related to customer satisfaction. *Journal of Foodservice Business Research*.
- Taufiq, R., & Sofyan, A. (2019). Hubungan Antara Store Atmosphere Toko Buku Dahlan Dengan Minat Beli Konsumen. *Prosiding Manajemen Komunikasi*.
- Wakefield, K., & Baker, J. (1998). Excitement at the Mall: Determinants and Effects on Shopping Response. *Journal of Retailing*.
- Azahri, P. P., & Rubiyanti, N. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Nom Eatery Bandung. *E-Proceeding of Management*.
- Hussain, R., & Mazhar, A. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*.
- Gautam, D., & Shrestha, S. K. (2018). Impact of Brand Equity on Purchase Intention of Smartphones.
- Tegowati. (2016). Minat Beli Ulang Handphone Evercross di Pusat Perbelanjaan Handphone WTC Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*.
- Donovan, R., Rossiter, J., Marcoolyn, G., & Nesdale, A. (1994). Store Atmosphere and Purchasing Behavior. *Journal of Retailing*.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Essex: Pearson Education Limited.
- Ismoyowati, D., Wuryandani, S., Shinta, A. S., & Amalia, A. R. (2021). Innovation of coffee shop during pandemic COVID-19: Bottled coffee drinks in demand. *Web of Conference*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Essex: Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. West Sussex: Wiley.
- Emes, L. S., & Sari, D. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marka Coffee & Kitchen. *e-Proceeding Management*.
- Yoeniargo, Y. D., & Dyatmika, S. W. (2020). Pengaruh Produk, Testimoni Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Di Kafe Warunk Upnormal Gresik. *Journal of Sustainability Business Research*.
- Ibzan, E., Balarabe, F., & Jakada, B. (2016). Consumer Satisfaction and Repurchase Intentions. *Developing Country Studies*.
- Sari, N., & Solichin, E. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Cwimie Malang Bangko. *Jurnal Ekonpedia: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*.
- Saputra, M. C., & Sukardi. (2018). Analisis Pengaruh Variabel Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kopi Merapi. *Jurnal Fokus*.
- Hellier, P., Carr, R., Geursen, G., & Rickard, J. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*.
- Faradiba, & Astuti, S. R. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang). *Diponegoro Journal of Management* .
- Annisa, V. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Little Wings Di Bandung 2016. *e-Proceeding of Applied Science*.

Aaker, D., Kumar, Leone, R., & Day, G. (2019). *Marketing Research*. New Delhi: Wiley.

Simbolon, M. (2008). Persepsi dan Kepribadian. *Ekonomis*.